

Schemat samoregulacji reklamy żywności skierowanej do dzieci (do 12 lat) w Polsce

na podstawie

POROZUMIENIA NADAWCÓW TELEWIZYJNYCH

w sprawie zasad rozpowszechniania Reklam i Wskazań sponsorskich dotyczących artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana

